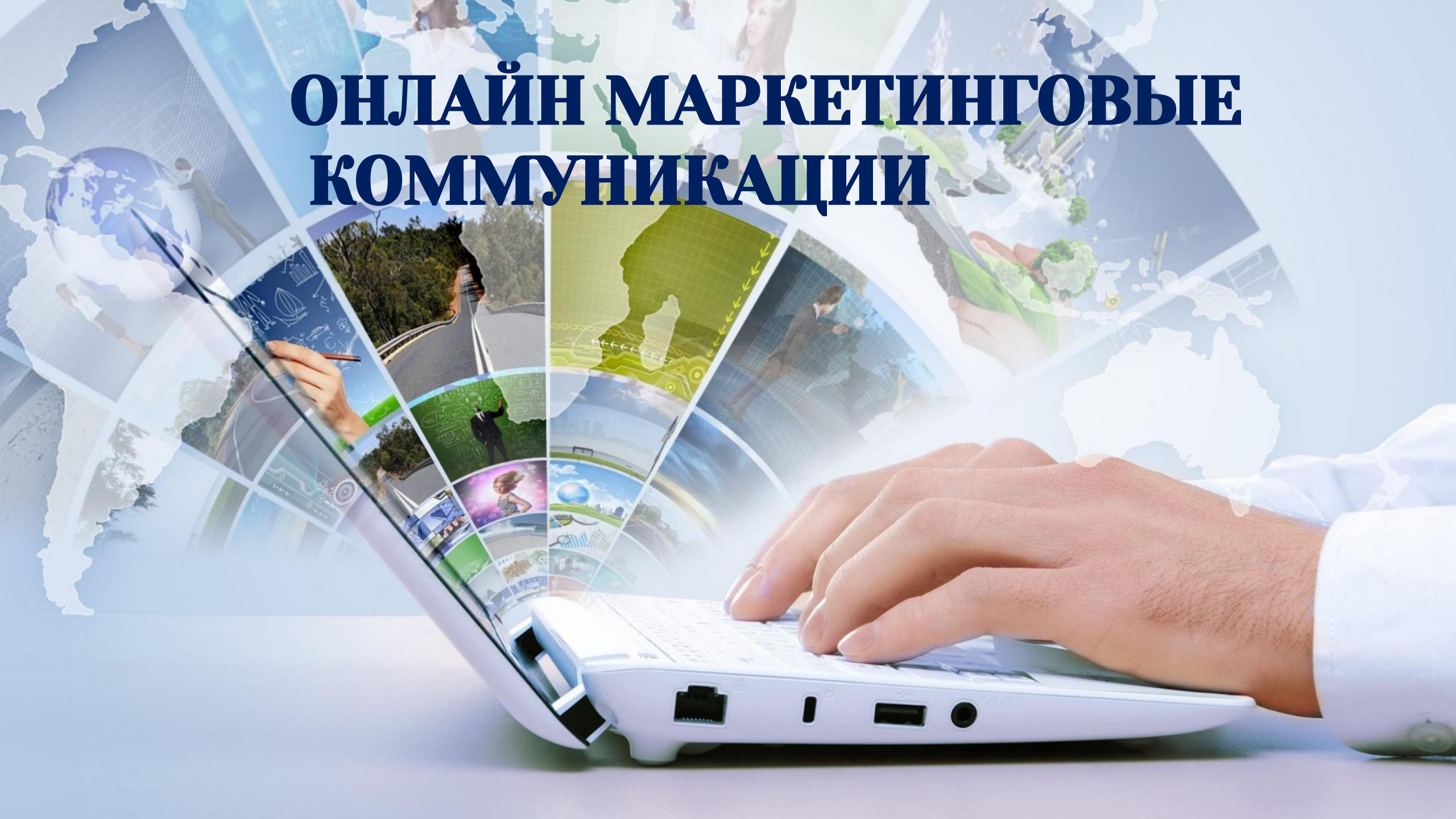


# ОНЛАЙН МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ





***Интернет-маркетинг  
— это область  
маркетинга,  
связанная с  
глобальной Сетью.***



**В чём же особенности онлайн-маркетинга?**

**Чем он отличается от обычного продвижения продукции?**

**1. Интернет-среда интерактивна. В отличие от физической реальности, Интернет меняется очень быстро. В интернет-маркетинге нет и не может быть приёмов, стратегий, которые бы действовали продолжительный период. Необходимо следить за трендами и гибко менять подход вслед за изменениями среды.**

**2. Целевая аудитория. Интернет-маркетинг наиболее эффективен в больших городах, где сетью пользуется почти 100 % населения. В маленьких городах платёжеспособность людей ниже, а Интернетом многие не пользуются. Если население вовлечено в интернет-активность, находить среди него целевую аудиторию намного проще**

### **3. Таргетинг.**

**Чтобы коммерческое или рекламное предложение достигло заинтересованных людей, нужно использовать инструменты таргетинга (от англ. «target» — «цель, прицеливаться»). Это алгоритмы, с помощью которых можно определить характеристики пользователя (пол, возраст, заработок, местоположение и так далее) и сделать вывод, насколько он может быть заинтересован в предложении компании.**

### **4. Медиа и анализ.**

**Существует много аналитических инструментов, но наиболее популярны два — «Яндекс.Метрика» и Google Analytics. Это бесплатные сервисы, предназначенные для сбора сведений о посещаемости, а также о действиях интернет-пользователей на сайте. Эти инструменты дают возможность понять, кто, когда и зачем посетил ваш сайт и какие действия он там совершал. Инструменты формируют множество отчётов, на основании которых можно строить стратегию продвижения сайта.**



# Основные каналы интернет-маркетинга.

**Контекстная реклама — вид интернет-рекламы, которая зависит от поискового запроса пользователя (например, в «Яндекс» или Google), или в зависимости от смысла конкретной веб-страницы.**

**Объявления показываются пользователю именно в тот момент, когда он сам проявил интерес к товару или услуге и, возможно, готов к покупке.**

**Контекстная реклама бывает поисковой и тематической.**



# Основные каналы интернет-маркетинга.

**Поисковая контекстная реклама** показывается в результатах поиска в крупнейших поисковых системах, таких как «Яндекс», Google, Rambler, «Поиск@mail.ru», Begun, после того, как человек вводит свой запрос (ключевое слово) в графе поиска. Рекламное объявление представляет собой текст на первых позициях и в нижней части экрана с пометкой «реклама».

**Тематическая контекстная реклама** показывается на странице сайта, входящего в партнёрскую сеть рекламных систем, если тематика рекламы соответствует интересам пользователя.



## Основные каналы интернет-маркетинга.

Ретаргетинг, ремаркетинг — так называют алгоритмы в рекламных сетях «Яндекс. Директ» и Google AdWords соответственно.

Цель этих алгоритмов — сосредоточить внимание на пользователях, которые уже хотя бы раз посещали сайт. Если человек посетил сайт, провёл там некоторое время, но ничего не купил и не заказал — вполне вероятно, что стоит напомнить ему о своём предложении ещё раз.

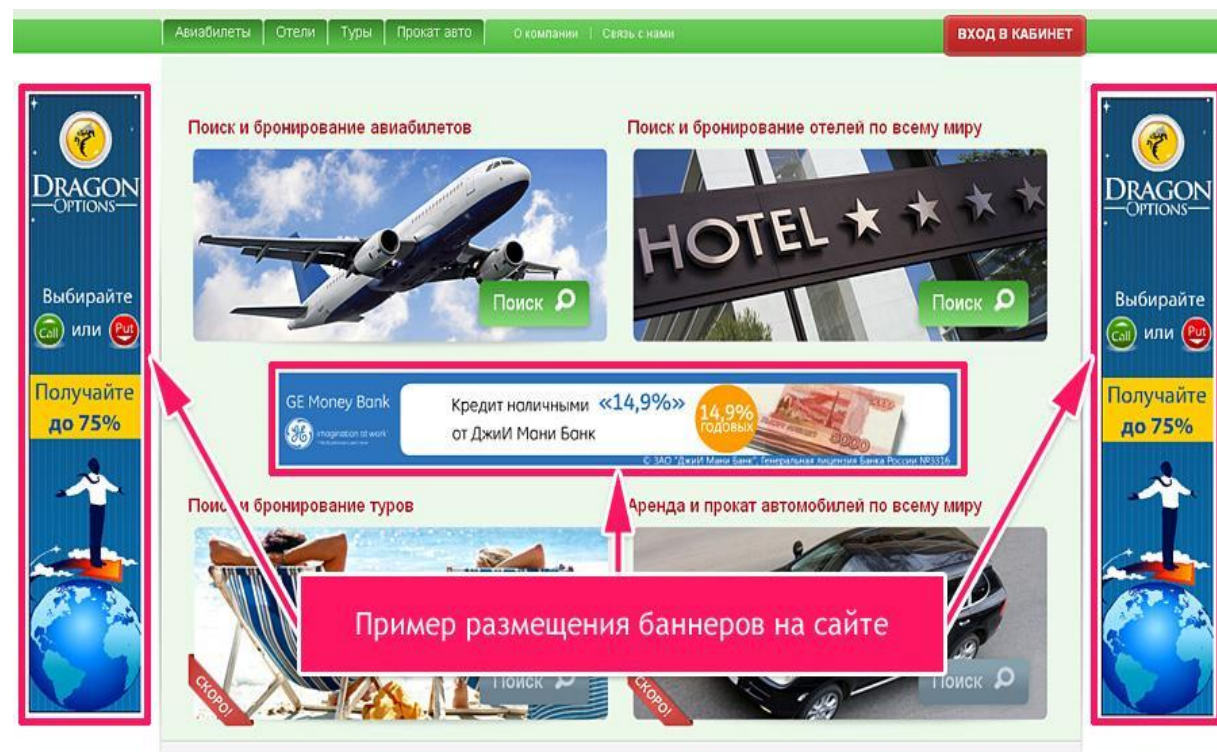


# Основные каналы интернет-маркетинга.

**Баннерная реклама.** Баннер — это анимация (реже — статичное изображение), которое презентует продукт компании.

Такая реклама подходит, если нужно показать внешний вид товара, чтобы воздействовать на эстетическое восприятие пользователя.

Такие объявления показываются внутри баннерной сети, на рекламных площадках — сайтах, где рекламодатель оплатил размещение баннеров.





# Основные каналы интернет-маркетинга.

Тизерная реклама распространяется по отдельным каналам.

Отличается она тем, что показывает тизер — объявление с явно провокационным характером.

## → Примеры тизерной рекламы



Отбеливание зубов в домашних условиях!

Полное восстановление после пластики!

О чем могут рассказать даты и время рождения?

Простые упражнения для увеличения груди от Веры Брежневой



Часы Vacheron Constantin! Выглядят дороже, чем стоят! РАСПРОДАЖА швейцарской...



Меня платье с каллономом. Та самая модная в Калифорнии! Не разлучимся никогда!



Как держать КЛИНАКС под контролем! Без дорогих препаратов!



Выбор реноматуры в домашних условиях! В этом платье Е станете 100% богиней! Нажмите на фото, сможете...



Даже зная ВСЕМ страдающим сахарным диабетом!



Крем-брюле с карамельной ноткой



Чай Миллера!



Кулинарные шедевры за 5 минут!

## Основные каналы интернет-маркетинга.

**SEO (Search Engine Optimization), поисковая оптимизация — это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобранным запросам.**



**Веб-сайт (от англ. «web-site», то есть «место в Сети») — это совокупность веб-страниц, на которых расположен определённый контент (информационное содержание).**





# SMM

СОЦИАЛЬНЫЙ МЕДИА МАРКЕТИНГ



## **Задание**

**Определите, в какой социальной сети вы, скорее всего, встретите указанную аудиторию (Facebook, «ВКонтакте», Instagram и т.д.) и почему:**

- 1) домохозяйки среднего достатка,**
- 2) студенты,**
- 3) молодые мамы,**
- 4) офисные работники средних лет,**
- 5) владельцы собственного бизнеса,**
- 6) любители ночных клубов,**
- 7) интересующиеся фотографией,**
- 8) любители комиксов,**
- 9) программисты.**



# Выбор социальной сети

## Популярные социальные сети



- **VK** (подростки от 13 до 20 лет)

*VK подойдет для рекламы услуг или продукции для подростков.*



Instagram

- **Instagram**  
(преобладает женская аудитория, но сеть также популярна среди подростков, хотя с каждым годом увеличивается и мужская аудитория)

*Instagram подойдет для рекламы услуг и продуктов для женщин (одежда, салоны красоты, детские вещи и т.)*



- **Facebook** (люди от 25 и выше, в основном работающие, имеющие стабильный доход)

*FB подойдет для рекламы любых товаров и услуг для людей от 25 и старше*





# Методы продвижения товаров и услуг

- **Персональный аккаунт/Self- brand пример: @nusr\_et**

*Реклама самого себя, личности, род занятия, работа над собой, реклама имени, активность в соц сетях. Привлекая внимание к себе как к личности бизнесмен таким образом аккуратно продвигает свои товары и услуги.*

- **Бизнес-страница. Пример: @synergykazakhstan**

*Бизнес-аккаунт (салона красоты / магазина / студии / интернет-магазина и т. д.) предлагает свою продукцию / услуги, рассказывает об их преимуществах, знакомит своих подписчиков со СКИДКАМИ И АКЦИЯМИ, выставляет интересные работы, делает экспертные оценки в сфере, где он работает*

- **Группа. пример: qazaqstan\_el**

*Группы посвящаются общей тематике, интересной для потенциальных клиентов любого или узконаправленного бизнеса. Зависит от группы, может быть по тематике узкой аудитории, также общей, просто новости, жизнь города, или всей страны.*

# КАК ПИСАТЬ «ПРОДАЮЩИЕ» ПОСТЫ

## • Копирайтинг

*Что такое копирайтинг? (англ. copywriting где copy — текстовый материал, + write — писать) — написание текстов презентационного и рекламного характера. Это тексты, которые стимулируют рост продаж или популяризуют товар, компанию, услугу, человека или идею.*

**Text.ru** сайт где вы можете проверить ваш текст на уникальность. Таким образом ваш текст не будет возможно дублироваться, и будет достаточно уникальным и популярным, поисковики будут с легкостью находить ваши текста по тегам, фразам и словам из вашего текста.

*Задание. Посмотрите пример «продающего поста» ниже. Выделите в нем все компоненты, посмотрите, как каждый из них отвечает своим целям.*

- привлекающий заголовок**
- описание товара, услуги**
- временные ограничения**
- побуждения к действию**
- контакты**
- хэштеги**





## Публикации

**oqico\_upgradeenglish**

Astana, Kazakhstan

...



**oqico\_upgradeenglish** Отучились в школе, получали пятерки, но так и можете разговаривать на английском?!

Мы приглашаем Вас на наши курсы, чтобы исправить это. Чтобы научить Вас разговаривать на английском языке, общаться на любые темы и свободно применять свои навыки в необходимых сферах.

Вы можете спросить, а чем мы лучше других языковых курсов?! Мы не лучше и не хуже. Мы просто работаем по своей собственной методике, разработанной на основе 7-летнего опыта наших инструкторов, результатах и ошибках наших студентов, на трендах и изменениях в практическом применении английского языка.

Мы не используем учебники и ведём уроки как школе. Ситуации, где вам придётся применять английский вряд ли будут похожи на задания из книжек. Поэтому мы работаем по принципу ситуационного английского. Но не забывая о грамматике в понятийном смысле.

Хочешь попробовать как это? Записывайся на бесплатный пробный урок и посмотри насколько это подходит тебе 😊 также подписывайтесь на нашу страничку и читайте полезные посты о применении английского!

Мы работаем индивидуально, в группах и теперь ОНЛАЙН! Учим разговорному английскому, бизнес, академическому и контрактному английскому, а также ведём подготовку к тестам IELTS и TOEFL 😊

#oqico #english #education #astana #kazakhstan  
#курсыанглийскогоязыка #английскийязык  
#курсыразговорногоанглийского #курсыказахского  
#курсыразговорногоказахского #курсыастана  
#астанакурсы #английскийонлайн



# - РАБОТА С НЕГАТИВОМ

# - ТАРГЕТИНГОВАЯ РЕКЛАМА

- **Работа с негативом**

*Максимальная обратная связь с клиентами и потенциальными клиентами. Нужно держать руку на пульсе, постоянно читать комментарии, отвечать во время на сообщения в личку. Отрабатывать любой конфликт, спор, недовольства, негативный коммент.*

- **ТАРГЕТ**

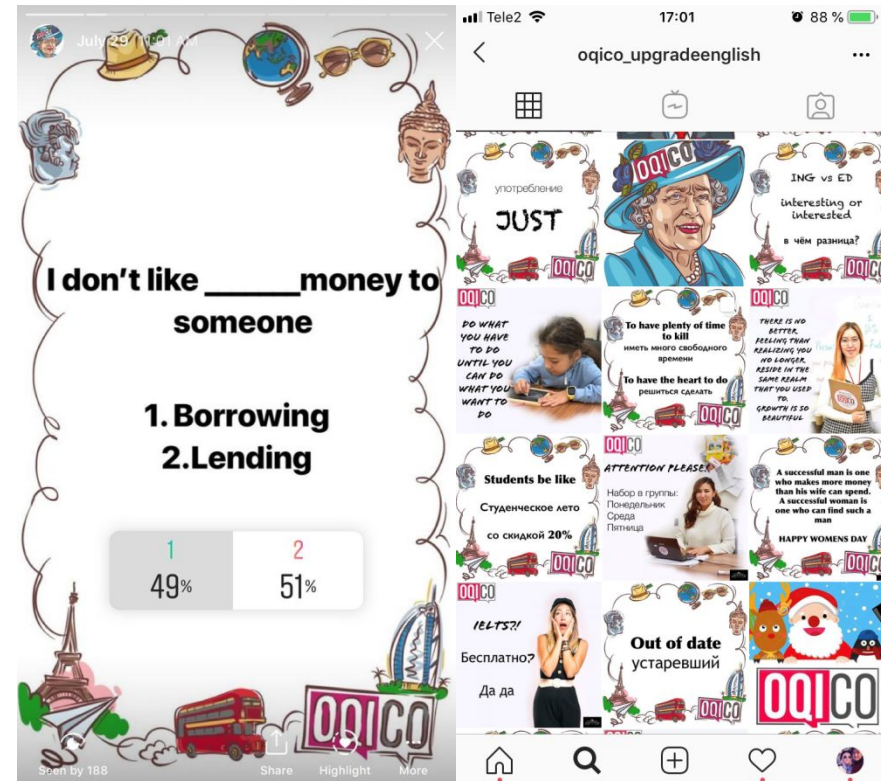
*Таргетинговая реклама помогает дать увидеть объявление пользователям, входящим в список потенциальных клиентов бизнеса. Эта услуга платная – вся оплата поступает на счет самой социальной сети. Существует 2 настройки, если это инстаграмм, в самом инстаграмм более простая и интуитивно понятная, и через фейсбук, более сложная, но в то же время обширная, со многими настройками, тегами, ЦА, монетизация и многое другое.*

# МЕДИА-ПЛАН

Эффективное ведение бизнеса в соц. сетях подразумевает написание медиаплана (плана постов, которые будут публиковаться).

## ТЕМЫ:

1. Обзор продукта
2. Сравнение продуктов
3. Текст продукта
4. Примеры использования продукта
5. Новости компании
6. Персоны компании
7. Факты о компании
8. Кейсы
9. Акции, розыгрыши, скидки
10. Обзор трендов
11. Юмор
12. Сторис
13. Прямые трансляции
14. Опросы





# ПЕРИОДИЧНОСТЬ ПОСТОВ

- Посты необходимо публиковать ежедневно, но не более 2-х раз в день. Время публикации – период наибольшей активности в социальных сетях потенциальных клиентов.

Школа OQISO публикует посты три раза в неделю. Посты готовятся и загружаются заранее в понедельник. Сториз с интерактивными заданиями и опросниками выкладываются каждый день с утра, таким образом пользователи могут проявить активность на странице что повышает шанс школы появиться у них первыми в ленте и сториз.

